

证券代码：301206

证券简称：三元生物

山东三元生物科技股份有限公司

投资者关系活动记录表

编号：2022-007

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input type="checkbox"/> 路演活动 <input type="checkbox"/> 现场参观 <input checked="" type="checkbox"/> 电话会议 <input type="checkbox"/> 其他： <u>（请文字说明其他活动内容）</u>
参与单位名称及人员姓名	摩根高云；中金宗旭豪、候一林、夏雪、舒嫣然
时间	2022年8月26日 14:30-16:00
地点	网络会议
公司接待人员姓名	代行董事会秘书聂在建先生、证券部工作人员
投资者关系活动主要内容介绍	<p>Q&A 交流问题纪要（口头交流内容表述可能存在误差，如与正式公告内容冲突，请以正式公告披露内容为准）如下：</p> <p>Q：介绍一下目前赤藓糖醇的市场情况</p> <p>A：从行业来看，代糖越来越得到消费者的青睐，市场总量逐渐增大。</p> <p>但今年赤藓糖醇的情况有独特的背景和条件，市场变化比较大，主要受三方面的因素影响。</p> <p>第一，从国内市场来看，春节后主要的大城市爆发了疫情，国内饮料行业的消费受到了抑制，故而赤藓糖醇也受到了很大的制约。</p> <p>第二，从国外市场来看，去年同期供不应求，价格偏高。客户担心赤藓糖醇断供，因此囤积了很多货，今年客户在消化库存，影响了今年的销售量，商家的习惯做法是买涨不买跌。</p>

第三，俄乌战争，使美国、欧洲发生了较大的通胀，影响了消费的积极性。

第四，价格方面，上半年国内出现很多赤藓糖醇新上企业，由于市场、质量、客户存量等问题，销售困难，为确保消化库存，采取低价销售策略，对赤藓糖醇的价格造成了影响。

从我们经验来看，这是商品在供需矛盾发生激烈变化的时候容易出现的现象，今后会向理智的方向转化。前期赤藓糖醇的利润空间，刺激新上企业增加，形成供大于求局面；后续产品库存难以消化，逼迫转产，使得供应侧在逐步减少，消费侧空间逐步释放，经过一段时间磨合，市场会进入比较理性的状态，利润、市场稳定，供需基本平衡。

Q: 恶性竞争会持续多久？

A: 具体时间难以预测，对比木糖醇也出现类似情况，且已经出现过3个周期，每个周期大约5年。赤藓糖醇和木糖醇情况不完全一样，因为木糖醇的原料受季节影响较大，而赤藓糖醇的原料基本不受季节的影响。

Q: 赤藓糖醇会出现像木糖醇一样的周期吗？

A: 我们认为现在是瞬间震荡，从去年的高峰到今年的低谷是震荡幅度最大的一次，预计后续在基本市场规律下也会出现这种波动，但波动幅度会越来越小。

Q: 为什么波幅会减小？

A: 是市场自然规律。客观上看，我们生产赤藓糖醇的量比较大，利润较高，刺激了行业的盲目行为。一旦新上企业发现行业情况并非如此，行为就会趋于理智。赤藓糖醇的新上企业产能大多在2w-4w吨左右，2w吨需要投资2亿左右，4w吨需要投资3-4亿左右，如果销售困难，他们比较着急，是可以理解的，因为赤藓糖醇是甜味剂，不能当作原料用，只能由消费者消化，如果销量不佳，就会倒逼他们不再盲目组织生产。

Q: 是不是只要有资金就能做赤藓糖醇？

A: 做赤藓糖醇产品不难，难的是得到消费者认可、有市场信誉度、质量优异和成本优势。据了解，河北一家赤藓糖醇生产企业，在去年市场火爆的情况下，仍旧难以销售。他们的策略是售价始终比我们便宜2-3元，但销售情况仍然不好，因为没有市场认可度，我们检验了他们的产品，达不到我们的成品要求。

国外的客户仍然选择我们的产品，但是却以同行低价为由，一再压价，为防止丢失客户，不得不随行就市，降价销售。一些厂家不合格的产品流入市场，反而对我们有利。例如，澳大利亚的一个客户，原本是

我们的老客户，但前段时间因低价使用了别家产品，结果质量有问题，导致客户退货，只能再找我们重新购买，从这个意义上来说，要做出畅销产品，又在成本上有竞争优势，是有难度的。没有一段时间的试生产和市场的检验，要做到一下就得到客户的认可是很难的。

Q: 可口可乐、百事可乐在公司购货前有没有进行资质了解?

A: 有。按照标准流程，国外客户通常先进行资料审核，再小样检测，再中样监测，最后拿货，一套程序下来少则半年，多则大半年。

Q: 如果别的公司融资成功，想效仿我们很难吗?

A: 赤藓糖醇生产过程中很容易出现结块问题，现在国内除了我们之外，还没有企业能很好的解决。我们进入美国市场已经 6-7 年了，嘉吉公司仍然严格考核才愿意采购。2017 年日本三井化学仍不愿与我们合作，今年嘉吉公司出口日本后，才愿意与我们合作。根据三井的程序，我们陆续提供了材料、小样到中样，如果质量都没有问题，预计未来会有好的收益。这都说明好品质的赤藓糖醇生产是不容易的，一般的赤藓糖醇难以得到客户的认可，新兴企业未来的路仍然艰难。

Q: 我们的产品在淘宝、京东上销售了吗？会直接卖给消费者吗？

A: 目前公司尚未在淘宝及京东开设官方销售店。公司正在积极推进零售端小包装产品，未来会直接面向消费者，公司所在地市场监管部门正在严格审核包装标识和产品介绍，因此上架较慢，后续进展请关注公司公告。

Q: 公司推出零售端小包装产品的契机？

A: 国外的客户在我们公司采买的基本都做小包装，按照国外产品进超市的有关规定，产品必须有本土企业和质量保险，否则不予进入超市，因此大部分产品都是我们在国内装成大包运输到国外再拆成小包装销售。我们认为国内消费市场会有着同样的需求，因此也将推出零售端小包装产品。有关商品的名称和包装袋上的字样目前还不确定，我们原来取了一些名字，但工商管理部门都不同意，因为按照国家的有关规定，食品不能有功能性的广告语言。

Q: 国内客户对产品质量要求没那么高，会不会因为我们的价格高而选择别人的产品？

A: 国内确实存在相关问题，我们提出“随行就市”的口号。因为国内运输时间短，产品质量问题尚未暴露，且退货方便，有些商家因价格原因会选择其他家的产品。对国外的客户而言，由于运输时间、运输成本较高，其次确定一个供应商要花费大半年的时间，因此一旦确定合作，往往是长期的，信任度较高。长期合作，不在于一段时间的价格高低，

而是几年的平均价格是否合理，我们今年的对策是“服务到位、随行就市”，稳住客户对我们的期望值，度过这段时间。

Q: 我们的成本与行业相比？

A: 市场价格之所以出现倒挂，不是主动意识，而是被动行为。从赤藓糖醇的成本来看，大家都差不多。但多年来我们一直拥有相对同行的优势，但是今年葡萄糖、电价、蒸汽等价格上涨，导致生产成本增加。今年年初，我们开始自己糖化葡萄糖，用淀粉代替葡萄糖，现在替代率达到 90% 多，成本因此下降了 1 元左右，转化率和提取率都有了明显的提高。此外，在近期局部环境规划中，允许我们用生物质锅炉，目前相关手续正在办理，锅炉运行后生产成本可以有效降低，赤藓糖醇的其他生产环节，我们也在进行攻关，降低生产成本，这些措施都在逐渐跟进，我们的相对优势还是比较突出的。

Q: 转换率 50%，提取率 97% 是吗？有天花板吗？

A: 转化率已达到 50%，提取率 97%，转化率还有很大的提高空间。赤藓糖醇从分子量来看，转化率的天花板是 67%，但这是理想状态，没有考虑到菌种培养过程的消耗，如果考虑到这方面的因素，转化率可能还有 5%-6% 的提升空间。

Q: 我们的生产工艺是不是对环境的要求很严格？

A: 温度、湿度等都会影响转化率。只有控制好每一关的生产工艺，加权平均转化率才高。

Q: 产能对成本的影响有多大？

A: 如果没有产能，则人工费用、固定成本费用就高了，因为要按正常的速度提取折旧。

Q: 生产线越大越好吗？产能多大比较高效？

A: 有一个基本规模，既不是越大越好，也不是越小越好，如果超负荷生产，无论是从人的劳动强度还是节能方面来看，都不是经济之道。理论上生产线 2w 吨左右最高效。

Q: 扩大产能未必能降低成本，是吗？

A: 现在情况下，扩大产能会使得人工成本相对提高。因为目前市场情况，多数厂家设备利用率很低，生产线要配人，新人需要半年到一年时间熟悉生产线，等之后产量收缩时，工资却不能缩减。

Q: 规模优势在发酵行业中明显吗？

	<p>A: 今年我们的工艺成熟度、设备的有效利用率提高了。原来集中扩产能时，追求速度，很多环节都没达到理想状态。随着产能过剩，我们进行了改造，从工艺到耗能都更加合理。</p> <p>Q: 阿洛酮糖与赤藓糖醇的资源有多大程度是可以共享的?</p> <p>A: 共享的不多。赤藓糖醇方面，我们在设备、人力组织和生产计划安排方面已经摸索到了比较高效的方法，但阿洛酮糖我们仍然处于试验的阶段，还需要总结经验，及时改造提高。经过近段时间的小试到中试，阿洛酮糖技术越来越成熟，晶体颜色、颗粒等逐渐比较理想，为后续大的生产线提供技术支撑。</p> <p>Q: 研发阿洛酮糖的技术人员背景需要非常强的化工知识吗？还是仅仅通过不断试错？</p> <p>A: 两方面都有。我们在专业研究机构里做高难度的方面，上半年公司在天津成立了研发型子公司，聘请专业院校科研人员研究、攻克技术难题。工厂主要是实现将研究成果从实验室到实际生产的转化，工厂人员具备一定的化工基础知识，生产实践过程中遇到问题有一定的分析和解决能力，我们的口号是研发实践两手抓，理论上最终能找到比较好的状态。从不知道到知道，从不认识到认识，最终形成有效工艺方案。</p> <p>Q: 2 季度环比 1 季度销售收入下滑了很多，赤藓糖醇销量下降了 10%+，为什么？</p> <p>A: 客户群体没有流失，但由于去年客户抢购、压缩库存，今年的销量受到了影响。去年海上运输一船难求，到岸后卸货困难，造成了货物的积压。除此之外，价格一直走低，客户保持观望。据我们了解，客户现在的库存已消耗差不多，8 月下旬订单情况开始活跃起来，但由于生产旺季已过，国内的饮料生产旺季是 3-8 月，销售旺季是 5 月-10 月末，现在拿货组织生产，虽然销量有所提高，但不会特别明显。国外的市场销量会有所提高，但考虑到国外通胀持续，仍会对销量产生一定影响。</p> <p>Q: 在赤藓糖醇价格走低的情况下，有没有低成本的饮料增加赤藓糖醇的使用量？</p> <p>A: 部分公司去年用量较大，今年调整了配方，用量减小。今年，赤藓糖醇价格走低后，刺激了食品行业采用赤藓糖醇的积极性。</p>
附件清单	无
日期	2022 年 8 月 30 日